

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PELATIHAN UMKM: KEMASAN` DAN DESAIN
LABEL PRODUK BAGI UMKM KECAMATAN
BUBUTAN
KOTA SURABAYA**



Oleh:

Ketua Pelaksana : Drs. Achmad Djuraidi, M.Si. (NIDK: 8872060017)
1. Alousius Karisma Yogatama (NPM: 1710110522)
2. Savita Nur Fahrida (NPM: 1710110650)

KERJASAMA

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA
AGUSTUS 2020**

DENGAN

KECAMATAN BUBUTAN KOTA SURABAYA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Pengabdian : Pelatihan UMKM: Etika Bisnis bagi UMKM Kecamatan Bubutan Kota Surabaya
2. Pelaksana
Ketua : Drs. Achmad Djuraidi, M.Si.
Anggota : 1. Alousius Karisma Yogatama
2. Savita Nur Fahrda
3. Lokasi : Gedung Nasional Indonesia (GNI) Surabaya
Jalan Bubutan 85-87, Surabaya
4. Pelaksanaan : 29 Januari 2020-28 Februari 2020
5. Biaya : Rp3.000.000 (Tiga Juta Rupiah)
6. Sumber Dana : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Mengetahui
Kepala LP2M,



Dr. Nur Lally, M.Si.

Surabaya, 10 Februari 2020

Ketua Pelaksana
Pengabdian kepada Masyarakat

Drs. Achmad Djuraidi, M.Si.

Menyetujui
Ketua STIESIA Surabaya,



Dr. Nurul Fikrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

ABSTRAK

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan perekonomian di Indonesia. Kewirausahaan melalui UMKM diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya. Untuk mendukung tumbuh kembang UMKM, Pemerintah Kota Surabaya tidak hanya memberikan pelatihan saja, namun juga memberikan pendampingan dari awal sampai akhir. Hal inilah yang melatarbelakangi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu untuk memfasilitasi UMKM di Surabaya. Metode pelaksanaan yang dilakukan melalui kegiatan identifikasi masalah, pelatihan dan pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Kegiatan identifikasi masalah menunjukkan bahwa pelatihan tentang etika bisnis perlu diberikan kepada UMKM di Kecamatan Bubutan. Dalam materi etika bisnis, pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan diberikan pemahaman tentang bagaimana pelaku bisnis harus beretika. Dalam kegiatan monitoring dan evaluasi dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan sudah memahami etika berbisnis dan sudah mulai mengaplikasikan dalam kegiatan usaha mereka. Pengabdian kepada masyarakat bagi UMKM di Kecamatan Bubutan ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap para pelaku UMKM.

Kata Kunci: wirausaha, UMKM, etika bisnis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunianya, kami dapat menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai salah satu pengejawantahan dari Tridharma Perguruan Tinggi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diimplementasi dengan tema “Pelatihan UMKM: Etika Bisnis bagi UMKM Kecamatan Bubutan Kota Surabaya”.

Pelatihan ini dapat berjalan dengan lancar dan baik karena peran serta dan dukungan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang memfasilitasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai salah satu pemenuhan Tridharma Perguruan Tinggi.
2. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) yang telah mendampingi dan mengkoordinatori kegiatan pengabdian dengan beberapa UMKM di Surabaya.
3. Camat Bubutan Kota Surabaya yang bersedia menyediakan fasilitas tempat melaksanakan kegiatan Pelatihan UMKM: Etika Bisnis bagi UMKM Kecamatan Bubutan Kota Surabaya.
4. Segenap Staf Kecamatan Kota Surabaya yang bersedia menyediakan fasilitas tempat melaksanakan kegiatan Pelatihan UMKM: Etika Bisnis bagi UMKM Kecamatan Bubutan Kota Surabaya.
5. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu, yang telah membantu atas terlaksananya pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Bubutan.

Akhir kata, semoga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya bagi para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis secara etis dan mampu memasarkan produknya melalui *e-commerce*.

Surabaya, 10 Februari 2020
Ketua Pelaksana

Drs. Achmad Djuraidi, M.Si.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Lampiran	vi
I. PENDAHULUAN	1
II. TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN	3
III. METODE PELAKSANAAN	4
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	4
V. SIMPULAN	9
VI. REKOMENDASI	9
VII. UCAPAN TERIMA KASIH	10
Lampiran	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Tugas Pengabdian kepada Masyarakat
- Lampiran 2 : Sertifikat Pengabdian kepada Masyarakat
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Peserta
- Lampiran 4 : Foto Kegiatan
- Lampiran 5 : Materi Pelatihan

**PELATIHAN UMKM: ETIKA BISNIS BAGI UMKM
KECAMATAN BUBUTAN
KOTA SURABAYA**

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan perekonomian Indonesia. Kewirausahaan melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu soko guru perekonomian Indonesia selain koperasi.

Menurut Keppres RI No. 19 Tahun 1998, UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Berdasarkan Peraturan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Menurut Rudjito, UMKM merupakan usaha yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun di sisi jumlah usahanya. Berdasarkan data Kementrian Koperasi dan UKM, jumlah wirausahawan di Indonesia melonjak tajam dari 0,24 persen menjadi 1,56 persen dari jumlah penduduk. Meski begitu jumlah tersebut masih jauh dari target wirausaha Indonesia yang idealnya minimum 2 persen dari jumlah penduduk. Dan meski secara kuantitas jumlah wirausaha Indonesia banyak namun secara persentase jumlah tersebut kalah jauh dibandingkan dengan negara tetangga.

Kota Surabaya merupakan Ibukota Provinsi Jawa Timur, tentu perkembangan UMKM di Surabaya mengalami pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tumbuh subur di Kota Surabaya. Para pelaku UMKM ini terus bangkit dan berinovasi. Hal itu tidak lepas dari peran aktif yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya dalam memberikan fasilitas pelatihan terhadap warga yang tertarik menjadi pengusaha. Uniknya, Pemkot Surabaya tidak hanya memberikan pelatihan saja, namun para pelaku usaha akan didampingi mulai dari awal

hingga akhir. Para pelaku UMKM mendapat dukungan dalam wujud kerjasama melalui kegiatan-kegiatan berusaha di Surabaya, membangun kekuatan pemasaran, membentuk permodalan, memperkuat akses pasar, membangun pula jaringan dan kemampuan manajemen. Perhatian Pemkot Surabaya terhadap pelaku UMKM tidak hanya dalam wujud memberikan pelatihan atau membantu pemasaran, namun juga menyiapkan aplikasi khusus untuk memasarkan produk mereka. Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya, Wiwik Widayati menyampaikan bahwa aplikasi yang dinamakan E-Localmarket akan mampu memperluas jaringan pemasaran produk UMKM, sehingga UMKM akan makin berkembang dan membantu pemerintah daerah mengatasi masalah sosial khususnya pengangguran. Aplikasi E-Localmarket digunakan untuk pemasaran produk UMKM di sektor kuliner, *fashion*, dan *handycraft*. Namun demikian tidak menutup kemungkinan ada pengembangan dari aplikasi E-Localmarket seiring dengan pertumbuhan UMKM di Surabaya.

Kini, produk mereka sudah setara dengan produk yang ada di luar negeri, ungkap Walikota Surabaya. Selain itu, ada pembelajaran *go financial* yang mengajarkan pelaku UKM mencari bentuk-bentuk modal agar para pelaku usaha industri kreatif mampu meningkatkan kapasitasnya untuk lebih luas mencari jaringan melalui teknologi. Sekarang batik Surabaya, *fashion*, *handycraft* dan lain-lain sudah diekspor ke luar negeri seperti Afrika dan Eropa, tambah Mantan Kepala Dinas Perencanaan dan Pembangunan Kota (Bappeko) ini juga berharap pelaku UKM lebih berdaya baik bagi dirinya sendiri maupun bagi Kota Surabaya. Serta pelaku UKM di Surabaya mampu menyerap ilmu kemudian disumbangkan kepada warga yang lain agar lebih sejahtera.

Masalah yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Bubutan adalah strategi pemasaran melalui online atau *e-commerce*, serta bagaimana membuat label pada produk serta kemasan yang menarik bagi konsumen. Pemasaran online sangat menguntungkan bagi UMKM, karena jaringan internet yang luas dapat menemukan *customer* yang sangat banyak. Pengguna internet di dunia semakin lama semakin banyak. Peluang yang didapat dalam bisnis online ini sangatlah besar. Dengan strategi pemasaran online, seseorang dapat menemukan produk-produk UMKM karena mereka membutuhkannya. Strategi pemasaran online juga bisa meningkatkan *branding* produk dan UMKM menjadi lebih terkesan profesional dan lebih kuat karena sudah tersebar kemana-mana. Ada banyak yang didapatkan dari *e-commerce*. Salah

satunya adalah menjual produk atau jasa secara online tanpa harus mendirikan toko atau kantor besar seperti yang dilakukan oleh para pelaku bisnis offline sebagai tempat usaha. Hanya dengan memanfaatkan jaringan internet, UMKM bisa memasarkan produk atau jasa kepada konsumen kapanpun dan di manapun. Keuntungan lainnya adalah kemudahan berkomunikasi antara penjual dan pembeli. Dari segi pemasaran barang juga jauh lebih menguntungkan karena tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi untuk melakukan promosi. Banyak manfaat yang bisa didapatkan dengan *e-commerce*, seperti cepatnya akses transaksi, ketersediaan barang dan jasa, kemudahan mengakses bagi konsumen dan kemampuannya menjangkau konsumen secara internasional.

II. TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

1. Tujuan Kegiatan

- a. Memberi motivasi dan semangat kepada pelaku UMKM untuk melakukan wirausaha.
- b. Meningkatkan kreativitas dan inovasi para pelaku UMKM.
- c. Memberi pengetahuan tentang strategi pemasaran melalui *e-commerce*.
Memberi pendampingan tentang langkah-langkah penggunaan dan pendaftaran pemasaran secara online melalui beberapa *e-commerce*.
- e. Memberi pengetahuan tentang label dan kemasan produk. Serta memberikan contoh beberapa produk dengan label yang informatif dan kemasan yang menarik.
- f. Mengevaluasi beberapa label dan kemasan produk UMKM di Kecamatan Bubutan.
- g. Memberi pengetahuan tentang etika bisnis bagi para pelaku usaha.

2. Manfaat Kegiatan Pengabdian

- a. Membantu UMKM untuk menjadi pelaku UMKM yang sukses.
- b. Membantu meningkatkan produktivitas pelaku UMKM.
- c. Membantu pelaku UMKM untuk memahami ciri-ciri kemasan produk yang baik dan label produk yang informatif.
- d. Membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

III. METODE PELAKSANAAN

Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, tim melakukan survei awal ke UMKM di Kecamatan Bubutan untuk mengidentifikasi permasalahan yang menghambat perkembangan UMKM di Kecamatan Bubutan. Identifikasi masalah digunakan sebagai dasar pemilihan materi dan jenis pelatihan yang akan diberikan bagi UMKM di Kecamatan Bubutan.

2. Pelatihan dan Pendampingan

- a. Pelatihan tentang strategi pemasaran melalui *e-commerce*.
- b. Pelatihan tentang langkah-langkah penggunaan dan pendaftaran pemasaran secara online melalui beberapa *e-commerce*.
- c. Pelatihan tentang label dan kemasan produk.
- d. Pelatihan tentang etika bisnis bagi para pelaku usaha.
- e. Program pendampingan mengenai aktivitas wirausaha UMKM di Kecamatan Bubutan.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi merupakan dua kegiatan terpadu dalam rangka pengendalian suatu program. Tujuan monitoring dan evaluasi adalah untuk mengetahui tingkat pencapaian dan kesesuaian antara rencana yang telah ditetapkan dalam perencanaan pengabdian dengan hasil yang dicapai melalui kegiatan pengabdian secara berkala. Apabila dalam pelaksanaan monitoring dan evaluasi ditemukan masalah, maka secara langsung dapat dilakukan bimbingan, saran-saran dan cara mengatasinya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain dalam hal perluasan wawasan, pengetahuan maupun peningkatan keterampilan yang dilakukan oleh civitas akademik sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan aktif meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan

masyarakat luas terutama bagi masyarakat ekonomi lemah. Secara umum program ini dirancang oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya untuk memberi kontribusi nyata bagi masyarakat, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi yang harus dilakukan setiap dosen.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah suatu proses dan hasil pengenalan masalah atau inventarisasi masalah dengan kata lain identifikasi masalah adalah salah satu proses yang bisa dikatakan sebagai langkah penting diantara langkah-langkah proses yang lain. Identifikasi masalah merupakan tahapan awal yang dilakukan sebelum pengabdian dilaksanakan. Tahap ini bertujuan untuk melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Bubutan. Tim pengabdian melakukan survei pada tanggal 14 Januari 2020 untuk bertemu dengan perwakilan dari Kecamatan Bubutan dan perwakilan dari paguyuban UMKM. Berdasarkan kondisi UMKM di Kecamatan Bubutan, dapat diketahui bahwa sebagian besar UMKM di Kecamatan Bubutan masih memasarkan produknya secara tradisional. Banyak yang masih belum mencoba memasarkan secara online maupun melalui *e-commerce*. UMKM di Kecamatan Bubutan juga belum mengetahui tata cara pendaftaran melalui aplikasi *e-commerce*. Selain itu, produk-produk yang dijual masih menggunakan kemasan dan label yang seadanya dan kurang menarik.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Jumlah peserta yang hadir sebanyak 20 orang dan beberapa staf dari Kecamatan Bubutan. Para peserta yang hadir diminta mengisi terlebih dahulu daftar hadir yang telah disediakan, kemudian kami membagikan masing-masing fotokopi materi yang akan diberikan kepada pelaku usaha UMKM.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud tanggung jawab STIESIA Surabaya sebagai Lembaga pendidikan dilaksanakan pada:

Keterangan	Identifikasi Masalah	Pelatihan	Pendampingan	Monitoring dan Evaluasi
Hari	Selasa	Rabu	Rabu	Rabu
Tanggal	14 Januari 2020	29 Januari 2020	05 Februari 2020	12 Februari 2020
Tempat	Kecamatan Bubutan	Gedung Nasional Indonesia, Surabaya	Kecamatan Bubutan	Kecamatan Bubutan
Waktu	13.00–15.00 WIB	13.00–16.00 WIB	13.00–15.00 WIB	13.00–15.00 WIB
Pemateri	Narasumber : 1. Eko Kurniawan Purnomo, S.STP, M.Si. (Camat Bubutan)	Materi I: Strategi Pemasaran Online atau <i>e-commerce</i> Narasumber: Rika Rahayu, S.M., M.B.A. Materi II: Pendaftaran Gofood melalui Aplikasi GoBiz Narasumber: Dewi Maryam, S.E., M.M. Materi III: Kemasan dan Desain Label Produk Narasumber: Mar'atus Zahro, S.E., M.S.A. Materi IV: Etika Bisnis Narasumber: Drs. Achmad Djuraidi, M.Si.	Narasumber : 1. Drs. Achmad Djuraidi, M.Si. 2. Rika Rahayu, S.M., M.B.A. 3. Dewi Maryam, S.E., M.M. 4. Mar'atus Zahro, S.E., M.S.A.	Melakukan monitoring dan evaluasi (monev) setelah diberikan pelatihan dan pendampingan
Jumlah Peserta	10 orang	30 orang	20 orang	2 UMKM

Susunan acara pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

Waktu	Acara	Penanggung Jawab
12.30 – 13.00	Registrasi Peserta	Panitia
13.00 – 13.10	Pembukaan	MC
13.10 – 13.20	Sambutan Wakil Dosen STIESIA	Dosen STIESIA Drs. Achmad Djuraidi, M.Si.

Waktu	Acara	Penanggung Jawab
13.20 – 13.30	Persiapan Pemaparan Materi	Panitia
13.30 – 14.00	Pemaparan Materi Strategi Pemasaran Online atau <i>e-commerce</i>	Dosen STIESIA Rika Rahayu, S.M., M.B.A.
14.00 – 14.30	Pemaparan Materi Pendaftaran Gofood melalui Aplikasi GoBiz	Dosen STIESIA Dewi Maryam, S.E., M.M.
14.30 – 15.00	Pemaparan Materi Kemasan dan Desain Label Produk	Dosen STIESIA Mar'atus Zahro, S.E., M.S.A.
15.00 – 15.30	Pemaparan Materi Etika Bisnis	Dosen STIESIA Drs. Achmad Djuraidi, M.Si.
15.30 – 16.00	Tanya Jawab	Dosen STIESIA
16.00 – 16.15	Penutupan	Panitia

Materi yang disampaikan dosen STIESIA Surabaya dalam pelatihan untuk 4 materi dengan topik strategi pemasaran online atau *e-commerce*, pendaftaran gofood melalui aplikasi gobiz, kemasan dan desain label produk, serta etika bisnis membutuhkan waktu kurang lebih 120 menit, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dalam tiga sesi. Selama pemaparan materi, terlihat antusias peserta dengan langsung mengajukan pertanyaan, dan terdapat beberapa peserta pula yang berminat untuk belajar lebih lanjut mengenai cara pembuatan kemasan dan label yang benar untuk meningkatkan daya tarik terhadap produk yang dijualnya. Selain itu, beberapa peserta sudah mulai mendownload aplikasi *e-commerce* dan mulai melakukan pendaftaran ke beberapa *platform e-commerce*.

Di akhir acara, sebagai bentuk perwujudan rasa terima kasih dan juga kerjasama antara STIESIA Surabaya dan Kecamatan Bubutan, STIESIA Surabaya memberi cinderamata berupa plakat STIESIA Surabaya yang diterima secara langsung oleh Sekretaris Camat Ibu Mira Permatasari.

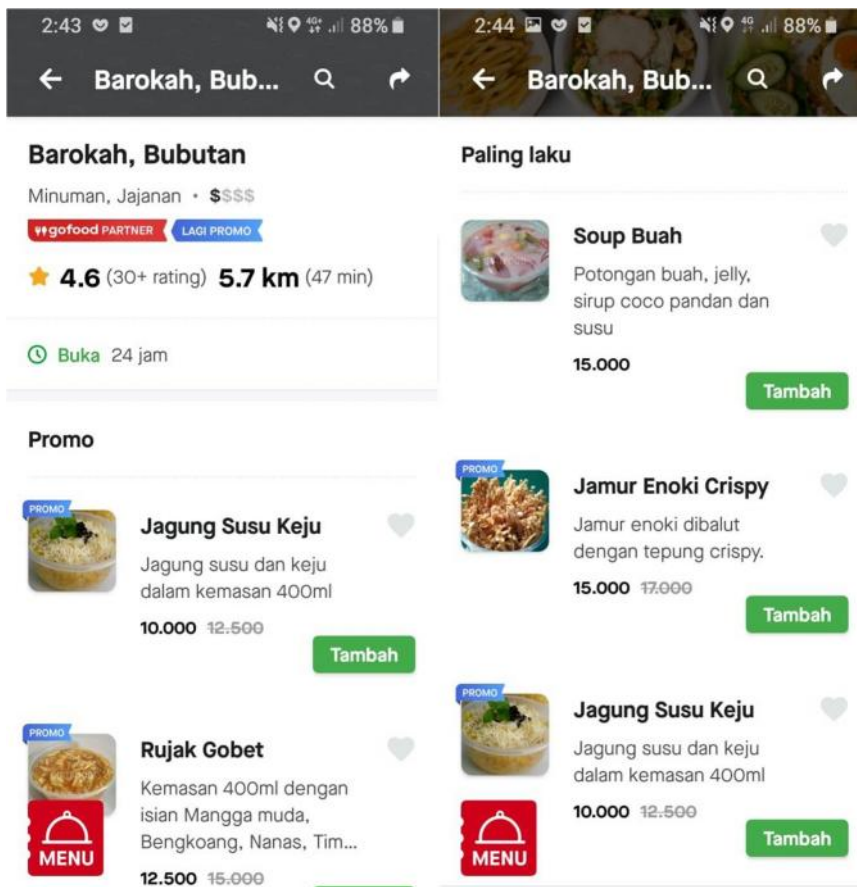
3. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan yang berkaitan erat dengan kegiatan monitoring, karena kegiatan evaluasi dapat menggunakan data yang disediakan melalui kegiatan monitoring. Dalam merencanakan kegiatan hendaknya kegiatan evaluasi merupakan

bagian yang tidak terpisahkan, sehingga dapat dikatakan sebagai kegiatan yang lengkap. Evaluasi diarahkan untuk mengendalikan dan mengontrol ketercapaian tujuan. Dari hasil monitoring dan evaluasi yang dilakukan di UMKM Kecamatan Bubutan, produk-produk yang terjual sudah mulai menggunakan kemasan dan label yang menarik (Lihat Gambar 1). Selain itu, beberapa UMKM sudah melakukan penjualan melalui Gofood (Lihat Gambar 2).



Gambar 1
Drink'e Lestari
Salah Satu
Produk
Minuman Milik
Anggota
Paguyuban
UMKM di
Kecamatan
Bubutan



Gambar 2
Salah Satu
Anggota
Paguyuban
UMKM di
Kecamatan
Bubutan yang
Sudah Menjual
Produknya di
Aplikasi
GoFood

V. SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Bubutan, yang diikuti oleh pelaku UMKM di Kecamatan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan sudah mulai memasarkan produknya melalui pemasaran online maupun melalui *platform e-commerce*.
2. Beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan sudah mulai merasakan manfaat pemasaran online atau *e-commerce*. Karena dengan adanya pemasaran online atau *e-commerce* para penjual lebih dapat menjangkau pelanggannya.
3. Beberapa produk yang dijual oleh UMKM di Kecamatan Bubutan sudah menggunakan kemasan yang menarik dan higienis dan sudah menggunakan label meskipun label masih terkesan sederhana.

VI. REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan melalui pelatihan materi strategi pemasaran online atau *e-commerce*, pendaftaran gofood melalui aplikasi gobiz, kemasan dan desain label produk, serta etika bisnis ini dapat memberi manfaat kepada khalayak luas, maka selanjutnya merekomendasi:

1. Perlu adanya kesinambungan kegiatan dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, sehingga para pelaku UMKM di Surabaya dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia.
2. Mengadakan edukasi yang serupa kepada komunitas masyarakat lain yang berbeda.
3. Memberikan pendampingan secara berkesinambungan bagi UMKM yang telah diberi pelatihan dalam bentuk pendampingan, misalnya desain label yang lebih informatif dan menarik bagi konsumen.
4. Adanya kerjasama LP2M STIESIA Surabaya dan Pemerintah Kota Surabaya untuk mengajak para pelaku UMKM untuk mendaftarkan usahanya, agar usaha tersebut mempunyai ijin secara legal.

VII. UCAPAN TERIMA KASIH

Pelatihan ini dapat berjalan dengan lancar dan baik karena peran serta dan dukungan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang memfasilitasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai salah satu pemenuhan Tridharma Perguruan Tinggi.
2. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) yang telah mendampingi dan mengkoordinatori kegiatan pengabdian dengan beberapa UMKM di Surabaya.
3. Camat Bubutan Kota Surabaya yang bersedia menyediakan fasilitas tempat melaksanakan kegiatan Pelatihan UMKM: Etika Bisnis bagi UMKM Kecamatan Bubutan Kota Surabaya.
4. Segenap Staf Kecamatan Kota Surabaya yang bersedia menyediakan fasilitas tempat melaksanakan kegiatan Pelatihan UMKM: Etika Bisnis bagi UMKM Kecamatan Bubutan Kota Surabaya.
5. Peserta Paguyuban UMKM Kecamatan Bubutan yang mendukung pengabdian kepada masyarakat ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu, yang telah membantu atas terlaksananya pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Bubutan.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



PEMERINTAH KOTA SURABAYA KECAMATAN BUBUTAN

Jalan Koblen Tengah No. 22 Surabaya 60174
Telp. (031) 5345604 Fax. (031) 5345604

Surabaya, 20 Januari 2020

Nomor : 042/ 30 /436.9.13/2020
Sifat : Segera
Lampiran : -
Hal : Permohonan Narasumber
Pelatihan dan pendampingan
Para UMKM Kecamatan Bubutan

Kepada
Yth. Ketua STESIA
Jl. Menur Pumpungan No.30
Kota Surabaya
di - SURABAYA

Dalam rangka meningkatkan kapasitas SDM para UMKM Kecamatan Bubutan, akan melaksanakan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM di Kecamatan Bubutan yang dilaksanakan pada :

Hari / Tanggal : Rabu / 29 Januari 2020
Pukul : 13.00 s/d 15.00 WIB
Tempat : Kecamatan Bubutan
Jl. Koblen Tengah No.22 , Surabaya
Peserta : 20 UMKM Kecamatan Bubutan

Berkaitan dengan hal tersebut diatas, mohon ketua STESIA Surabaya Menunjuk :

1. RIKA RAHAYU , SM, MBA.
2. MARATUS ZAHRO , SE, MSA.
3. DEWI MARYAM , SE, M.M.
4. KAS ROWI ACHMAD
5. ACHMAD DJURAI, DRS, MSI

Untuk menjadi Narasumber dan membekali materi dalam pelatihan dimaksud.

Demikian atas bantuannya di sampaikan terima kasih. .



Camat,
Eko Kurniawan Purnomo, S.STP, M.Si
Pembina
198101021999121002



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA

DIPLOMA 3 (Terakreditasi)
• Manajemen Perpajakan
• Akuntansi

STRATA 1 (Terakreditasi)
• Manajemen
• Akuntansi

STRATA 2 (Terakreditasi)
• Manajemen
• Akuntansi

STRATA 3 (Terakreditasi)
• Ilmu Manajemen

PENDIDIKAN PROFESI
AKUNTANSI
(Terakreditasi)

Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118 ☎ (031) 5947505, 5947840, 5914650; Fax. (031) 5932218
Website: www.stiesiaedu.com E-mail: stiesia@sby.dnet.net.id

SURAT TUGAS

Nomor: A.187/01.6b/I/2020

Tanggal 27 Januari 2020

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada,

Nama

1. Rika Rahayu, S.M., M.B.A.
2. Mar'atus Zahfo, S.E., M.S.A.
3. Dewi Maryam, S.E., M.M.
4. Drs. Kasrowi Akhmad, M.H.I.
5. Drs. Achmad Djuraedi, M.Si.
6. Alouisius Karisma Yogatama Tuwanakota
7. Savita Nur Farida

Alamat

: Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan

: 1. s.d. 5. Dosen
6. s.d. 7. Mahasiswa

Tujuan

Kecamatan Bubutan, Surabaya

Keperluan

: Narasumber kegiatan Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Kecamatan Bubutan.

Materi

: Strategi E-Commerce, Desain dan Label Produk serta Etika Bisnis bagi UMKM Kecamatan Bubutan.

Perlaksanaan

Tanggal

: 29 Januari s.d. 28 Februari 2020

Biaya tugas

: uk: LP2M

Kendaraan

: Non Dinas

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ketua STIESIA,



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

Tembusan Yth.:

1. Ketua Perpennas
2. Wakil Ketua I
3. Kepala Bag. Keuangan
4. Kepala LP2M



PERKUMPULAN PENYELENGGARA PENDIDIKAN NASIONAL (PERPENNAS)
Badan Pengelola Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

LAMPIRAN 2
SERTIFIKAT PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Drs. ACHMAD DJURAI, M.Si.

ATAS PARTISIPASI SEBAGAI NARASUMBER

KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PELATIHAN DAN
PENDAMPINGAN PADA UMKM KECAMATAN BUBUTAN KOTA SURABAYA

DI KECAMATAN BUBUTAN – SURABAYA
JANUARI 2020 - FEBRUARI 2020

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si, Ak., CA.

LAMPIRAN 3

DAFTAR HADIR PESERTA



STIESIA SURABAYA

DAFTAR KEHADIRAN

KEGIATAN PELATIHAN UMKM KECAMATAN BUBUTAN KOTA SURABAYA

Tujuan kegiatan Identifikasi permasalahan internal dan eksternal UMKM Di Kecamatan Bubutan
Tanggal Pelaksanaan Selasa, 14 Januari 2020
Pukul 13.00 -selesai

No.	Nama	Alamat	No. Tlp	Asal	Tanda Tangan
1	Maria P, SH	Kecamatan Bubutan	081235266071		
2	Ely R	Kecamatan Bubutan	081252881336		
3	UDJUT	KECAMATAN BUBUTAN	085866857373		
4	Martius Zahro	STIESIA SURABAYA	085785609393		
5	Dewi Nurjan	STIESIA Surabaya	081235758374		
6	Rika R	Stesia Surabaya	085646860025		
7	Djurdardi	STIESIA Surabaya			
8					
9					



DAFTAR KEHADIRAN
KEGIATAN PELATIHAN DESAIN DAN LABEL PRODUK SERTA ETIKA BISNIS
PADA UMKM DI KECAMATAN BUBUTAN, KOTA SURABAYA

RABU, 29 JANUARI 2020

NO	NAMA	ALAMAT	JENIS USAHA	NO HANDPHONE	TTD
1	SUPRIATI ANDAYANI	GERUNG NASIONAL	KUE BACAH	081227769579	1
2	Adiatmawati	Blambangan IX/22A	Kue Basah	082257104694	2
3	Xiril A. R	beningsari 5/46	makanan/minuman	089681097993	3
4	ANITA TRIS	KANISMAN 5/44	Makanan	081234509956	4
5	SUTERJO WATI	TEN KARYA TENGAH 27	MAK KANAN	083100084441	5
6	Alvin Rachmat	tinggal di Gode III	MAK KANAN	081247999661	6
7	Efydah Chushti W	Krajan III/4	MAK KANAN	088212604891	7
8	Lekunani	Margaji V/14	makanan	089575525731	8
9	PENI	MASPATI VI/98B	MAK KANAN	082257159283	9
10	MURIL MAHEMBARU. A.	MAK KANAN	KUE KERING	082335675282	10
11	SUTARNO	MASPATI X/98B	KUE KERING	08731580025	11
12	Luhinarti	Prubutan 2/0	Makanan	089681641070	12
13	LELY. P	CAPRICAN 4/6A	MAKANAN	085707121415	13
14	Agungmami	Jk Demak Timur 2/11	Makanan	089681641070	14
15	Hutnati	Demak Timur 1/20	ACC + SILBAG	087851631900	15
16	Gi. Anisa	Jl. Caela Kye 22	Makanan	081326187735	16
17	ARIFIA PERULIA	Jl. GMI 6019	Kue Basah	081357907750	17
18	Agung Tui C.	Kolren tyah w.22.	Minuman	081221199280	18
19	Anni Isarwan	tembok 6/119	makanan	083865557108	19
20	Rahmeh	Kawstan 6/10	Kue 3 makanan	081357907750	20
21	PAHUT. A	DEMAM TIMUR 2/28	STICK WULO BUTO	082236744442	21
22					22
23					23
24					24



DAFTAR KEHADIRAN
KEGIATAN PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN E - COMMERCE
PADA UMKM DI KECAMATAN BUBUTAN, KOTA SURABAYA

RABU, 05 FEBRUARI 2020

NO	NAMA	ALAMAT	JENIS USAHA	NO HANDPHONE	TTD
1	Ngatun masah	Janggaruh 14/0211	Kue Basah	082257104694	1
2	SUPRIATI ANDAYANI	DEKAT NAGASAT 19A	KUE BASAH	081222769572	2
3	MUMIL AULIYATI N	KRANGGON 5/46	MAKANAN / MINUMAN	089581097990	3
4	AMITA THE S	KRANGGON 5/44	MAKANAN	081234509956	4
5	SUSENO WANGJA	DEKAT NAGASAT 37	HAND MAKE	085000874431	5
6	Mr. Rachmad	DEKAT NAGASAT 37	MAKANAN	081243455661	6
7	Efyda Chugri N	KRANGGON 11/14	MAKANAN	088212604891	7
8	hikmah	DEKAT NAGASAT 37	MAKANAN	089527262574	8
9	PERDI	MAKAPATI 11/48D	MAKANAN	082257159283	9
10	NUEL NAKHARATUL A.	" 11/53	KUE KERING	082335628082	10
11	STANDO	MAKAPATI 8/90B	KUE KERING	08573180025	11
12	Gulimuh	Pembutan 3/100	MAKANAN	089601675000	12
13	LELY R	CARIKAN 4/6A	MAKANAN	085707121413	13
14	M. N. N.	DEKAT NAGASAT 37	MINUMAN	089601675000	14
15	Hikmah	DEKAT NAGASAT 37	MAKANAN	084851631960	15
16	Mr. Agus	DEKAT NAGASAT 37	MAKANAN	081326197735	16
17	AFI F. Paulina	DEKAT NAGASAT 37	KUE BASAH	081357907750	17
18	AGUS TRI C.	DEKAT NAGASAT 37	MINUMAN	08127199280	18
19	Fanni Istiawati	DEKAT NAGASAT 37	MAKANAN	083065557108	19
20	Kahmah	DEKAT NAGASAT 37	KUE 8 MELANAN	081553999093	20
21	PALUPI A	DEKAT NAGASAT 37	STICK WILD BULO	082236744442	21
22					22
23					23
24					24

LAMPIRAN 4

FOTO KEGIATAN











LAMPIRAN 5

MATERI PELATIHAN



ETIKA BISNIS UMKM



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
STIESIA SURABAYA**



(KAHLIL GIBRAN)

ETIKA DAN SUARA HATI MENENTUKAN KUALITAS YANG MEMBEDAKAN MANUSIA DENGAN MAHLUK HIDUP LAINNYA. TANPA ETIKA DAN SUARA HATI, RAGA DAN HARTA MENJADI TERASA TAK BERMAKNA.

PPMB Etika Bisnis

3

- ETIKA BISNIS MERUPAKAN HAL YANG PENTING DALAM BIDANG USAHA BAIK UNTUK PERUSAHAAN MAUPUN LINGKUNGANNYA.
- MENGAPA DEMIKIAN? KARENA BERKAT ETIKA BISNIS PERUSAHAAN KITA BISA BERTAHAN DAN TETAP EKSIS.

PPMB Etika Bisnis

4

- BEBERAPA DARI KITA MUNGKIN ADA YANG BERTANYA TANYA APAKAH PENTING ETIKA BISNIS UNTUK SEKTOR USAHA KECIL DAN MENENGAH ATAU YANG BIASA KITA SEBUT UMKM? JAWABANNYA ADALAH IYA. SEBAB APA? SEBAB UMKM JUGA TERMASUK DALAM USAHA DAN BISNIS BIARPUN HANYA DALAM SEKTOR KECIL.

PPMB Etika Bisnis

5

- JADI SEMUA BISNIS BAIK DALAM SKALA KECIL MAUPUN SKALA BESAR SANGAT MEMBUTUHKAN ETIKA BISNIS MAKA DARI ITU PARA PELAKU EKONOMI SANGAT DI ANJURKAN UNTUK MEMPERHATIKAN ETIKA BISNIS SAAT HENDAK MENJALANKAN BISNISNYA, AGAR BISNIS DAN USAHA YANG DIJALANKAN DAPAT BERJALAN BAIK DAN BERTAHAN LAMA SERTA MEMILIKI DAYA SAING DENGAN YANG LAIN.

PPMB Etika Bisnis

6

BAGAIMANA ETIKA BISNIS YANG BAIK?

ETIKA BISNIS MERUPAKAN CARA UNTUK MELAKUKAN KEGIATAN **BISNIS**, YANG MENCAKUP SELURUH ASPEK YANG BERKAITAN DENGAN INDIVIDU, PERUSAHAAN DAN JUGA MASYARAKAT. ... TIGA PENDEKATAN DASAR DALAM MERUMUSKAN TINGKAH LAKU **ETIKA BISNIS**, YAITU : UTILITARIAN APPROACH : SETIAP TINDAKAN HARUS DIDASARKAN PADA KONSEKUENSINYA.

APA YANG DIMAKSUD DENGAN ETIKA BISNIS?

SEGALA SESUATU YANG BERHUBUNGAN DENGAN CARA MELAKUKAN KEGIATAN **BISNIS** YANG MENCAKUP SELURUH ASPEK YANG MASIH BERKAITAN DENGAN PERSONAL, PERUSAHAAN ATAUPUN MASYARAKAT. ATAU BISA JUGA DIARTIKAN PENGETAHUAN TENTANG TATA CARA IDEAL DALAM PENGATURAN DAN PENGELOLAAN **BISNIS** YANG MEMPERHATIKAN NORMA

BAGAIMANA MANFAAT ETIKA BISNIS BAIK BAGI UMKM MAUPUN PADA SUATU PERUSAHAAN?

- MEMILIKI CITRA BAIK DI MATA PELANGGAN
- PERUSAHAAN MENJADI TERPERCAYA. ...
- MEMAKSIMALKAN KEUNTUNGAN. ...
- MEMERHATIKAN KEPENTINGAN BERSAMA. ...
- MENJUNJUNG NILAI MORAL.

APA TUJUAN DARI ETIKA?

- UNTUK MENDAPATKAN KONSEP YANG SAMA MENGENAI PENILAIAN BAIK DAN BURUKNYA PERILAKU ATAU TINDAKAN MANUSIA DALAM RUANG DAN WAKTU TERTENTU. MENGARAHKAN PERKEMBANGAN MASYARAKAT MENUJU SUASANA YANG HARMONIS, TERTIB, TERATUR, DAMAI DAN SEJAHTERA.



BERIKUT INI 5 TIPS UNTUK SUKSES DIBIDANG UMKM UNTUK ANDA YANG INGIN MEMULAI USAHA.

1. PAHAMI KEBUTUHAN PASAR

ANALISIS YANG PERLU ANDA LAKUKAN ADALAH MEMPERHATIKAN PRODUK SEPERTI APA YANG SAAT INI DIBUTUHKAN OLEH MASYARAKAT. INI AKAN SANGAT MEMBANTU ANDA AGAR BISA MEMBUAT PRODUK SESUAI PERMINTAAN PASAR.

2. KENALI PESAING

ANDA HARUS MENGAMATI PRODUK YANG DITAWARKAN OLEH PESAING ANDA. TEMUKAN KELEBIHAN DAN KEKURANGANNYA.

3. JUAL KUALITAS

MUTU DAN KUALITAS ADALAH HAL YANG SANGAT PENTING. JIKA ANDA INGIN MENJADIKAN PRODUK ANDA SEBAGAI NATIONAL FLAG DIBIDANGNYA, TENTU MUTU DAN KUALITAS HARUS MENJADI STANDAR UTAMA. PRODUK YANG BAIK MENENTUKAN HARGA.

4. BUSINESS PLAN

TRIAL AND ERROR ADALAH USAHA DENGAN COBA-COBA DAN TIDAK MAU BELAJAR DARI AHLINYA, TIDAK MAU MENGELUARKAN BIAYA UNTUK PROSES BELAJAR TERSEBUT DAN AKHIRNYA MALAH MENGELUARKAN BIAYA YANG SANGAT BESAR UNTUK KEGAGALAN YANG DILAKUKAN DAN JUGA MENGALAMI KERUGIAN YANG SEBENARNYA BISA DIHINDARI ATAU PALING TIDAK DIMINIMALKAN.

5. STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP)

SOP BISA DIARTIKAN SEBAGAI PERINCIAN DARI RENCANA BISNIS YANG ANDA MILIKI. ADANYA SOP DALAM SUATU PERUSAHAAN BERMANFAAT UNTUK MENJAGA KONSISTENSI SUATU PROSEDUR KERJA DALAM MEMBERIKAN KEJELASAN PROSEDUR KERJA, TANGGUNG JAWAB DAN WEWENANG SERTA YANG PALING PENTING DAPAT MEMINI MALISIR KESALAHAN KARENA LANGKAP-LANGKAHNYA SUDAH DIJELASKAN DALAM SOP INI. S

6. STRATEGIC PLAN

STRATEGIC PLAN INI DIGUNAKAN SEBAGAI STRATEGI UNTUK SETIAP PERMASALAHAN YANG ADA BAIK INTERN MAUPUN EKSTERN., JANGKA PENDEK, MENENGAH ATAU JANGKA PANJANG DAN JUGA DAPAT DIGUNAKAN UNTUK MENGHADAPI PARTNER, SUPPLIER, BAHKAN KARYAWAN ANDA SENDIRI.

7. MEMBANGUN NETWORK

MEMBANGUN NETWORK ATAU JARINGAN BISA DILAKUKAN DENGAN BERBAGAI CARA, JARINGAN INI DIPERLUKAN UNTUK Mencari PARTNER YANG AKAN SELALU MENSUPPORT USAHA KITA MISALNJA SUPPLIER, TRANSPORTER, DISTRIBUTOR, DAN LAIN SEBAGAINYA.

8. MEMANFAATKAN INTERNET DAN MEDIA SOSIAL

SELAIN IU, MEMBANGUN JARINGAN ATAU NETWORK JUGA DAPAT DIMULAI DENGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SECARA EFEKTIF SEHINGGA DAPAT MENGHEMAT WAKTU DAN JUGA BIAYA YANG DIKELUARKAN. CALON PELAKU UKM HARUS BELAJAR MELEK MEDIA YAITU MENGGUNAKAN BERBAGAI MEDIA SOSIAL SEPERTI EMAIL, FACEBOOK, TWITTER, BBM, MEMBUAT BLOG DAN ATAU WEBSITE.





PPMB Etika Bisnis

19

DALAM PERKEMBANGANNYA, TERDAPAT BEBERAPA PRINSIP ETIKA DALAM BERBISNIS AGAR USAHA ANDA TETAP LANCAR DAN STABIL MENGHADAPI PERSAINGAN, ANTARA LAIN:

1. KEJUJURAN - JUJUR KETIKA BERKOMUNIKASI ATAU BERSIKAP
2. INTEGRITAS
3. MEMENUHI JANJI SERTA KOMITMEN YANG DIBUAT
4. LOYALITAS
5. KEADILAN
6. KEPEDULIAN

20

7. PENGHARGAAN
8. MEMATUHI ATURAN
9. JIWA KEPEMIMPINAN
10. MENJAGA REPUTASI

ITULAH BEBERAPA POIN ETIKA BERBISNIS YANG HARUS DIMILIKI JIKA INGIN AGAR USAHA LANCAR DAN STABIL.

21

MANUSIA HARUS MENGGUNAKAN ETIKA DAN MENDENGAR SUARA HATI DALAM SETIAP LANGKAHNYA, TERMASUK SAAT MENJALANKAN AKTIVITAS BISNIS

KALAU ORANG DITAWARI PROYEK YANG NILAINYA 50 JUTA TETAPI HARUS TANDA TANGAN KUITANSI SENILAI 100 JUTA, APA YANG TERJADI DENGAN SUARA HATI ?

PASTI BUNYI JEDUG JEDUG JEDUG BEGITU KHAN, ORANG YANG TIDAK BERAGAMA SEKALIPUN

22

ETIKA ADALAH PERTIMBANGAN MORAL UNTUK MEMILIH ANTARA:

- ❑ PERBUATAN BAIK DAN BURUK
- ❑ PERBUATAN BENAR DAN SALAH
- ❑ PERBUATAN YANG BOLEH DAN TIDAK BOLEH.

BILA PERTIMBANGAN MORAL ITU DIKAITKAN DENGAN AKTIVITAS BISNIS, DISEBUT DENGAN ETIKA BISNIS

23

MENGAPA PERLU ETIKA BISNIS?

DALAM BISNIS SERING TERJADI PERTENTANGAN BATIN PARA PELAKU BISNIS, YAITU:

- (1) PERTENTANGAN ANTARA "TINDAKAN" DENGAN "HASIL/AKIBAT".

CONTOH: TINDAKAN BAIK, TETAPI AKIBATNYA BURUK.

- (2) PERTENTANGAN ANTARA "KEPUTUSAN" DENGAN "RISIKO".

CONTOH: KEPUTUSAN BAIK, TETAPI RISIKONYA BURUK.

24



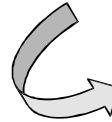
**FAKTOR ETIKA SANGAT BERPERAN
UNTUK MENENTUKAN PILIHAN:
BAIK ATAU BURUK**

PPMB Etika Bisnis

25

PERLU DISADARI:

- **ETIKA BISNIS LEBIH MENGUTAMAKAN PERTIMBANGAN MORAL DARIPADA PERTIMBANGAN HUKUM.**
- **PERBUATAN YANG BENAR SECARA MORAL BELUM TENTU BENAR SECARA HUKUM.**



**KITA HARUS BIJAK MEN-
GUNAKAN PERTIMBANGAN
MORAL DALAM MELAKUKAN
SUATU PERBUATAN**

26

**KEPADA SIAPA ETIKA BISNIS HARUS
DITERAPKAN?**



27

**ETIKA BISNIS HARUS DITERAPKAN
KEPADA SEMUA PIHAK:**

- **PESAING
PELANGGAN / KONSUMEN/
PEMBELI
PEMASOK
KREDITOR / PEMBERI PINJAMAN
PEMERINTAH
MASYARAKAT**

28

**CONTOH MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP
PESAING:**

- ❑ **PENGUNAAN "NAMA DAGANG" TANPA IJIN**
- ❑ **MENJELEK-JELEKKAN PESAING DI HADAPAN PELANGGAN**
- ❑ **MEREKRUT KARYAWAN PESAING DENGAN JANJI IMBALAN LEBIH TINGGI**
- ❑ **MEMBELI SELURUH PRODUK PESAING YANG ADA DI PASAR, KEMUDIAN MENGEDARKANNYA KEMBALI DALAM KEADAAN RUSAK**
- ❑ **MENJELEK-JELEKKAN PRODUK PESAING (SECARA TIDAK LANGSUNG) MELALUI TAYANGAN IKLAN.**

29

**MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP
KONSUMEN:**

- ❑ **MENYEMBUNYIKAN CACAT BARANG YANG DIJUAL**
- ❑ **MEMBERIKAN LAYANAN TIDAK SESUAI DENGAN YANG DIJANJIKAN**
- ❑ **DISKRIMINASI LAYANAN TERHADAP PELANGGAN**
- ❑ **MENGURANGI UKURAN ATAU TIMBANGAN**
- ❑ **MENGABURKAN TANGGAL KADALUARSA SUATU PRODUK**
- ❑ **SENGAJA MENGGANTI UANG KEMBALIAN DENGAN PRODUK LAIN, DENGAN ALASAN TIDAK ADA UANG RECEH**

30

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PEMASOK:

- ❑ MENUNDA PEMBAYARAN YANG BERKEPANJANGAN
- ❑ MENYUAP PETUGAS PEMASOK AGAR SELALU DIUTAMAKAN DALAM PASOKAN
- ❑ MEMBELI PRODUK SECARA ILEGAL DARI PETUGAS PEMASOK

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PEMBERI PINJAMAN:

- ❑ MENGANGSUR KREDIT TIDAK TEPAT PADA WAKTUNYA
- ❑ MENGGUNAKAN DANA KREDIT TIDAK SESUAI DENGAN KESEPAKATAN KREDIT
- ❑ MENYAMPAIKAN LAPORAN KEMAJUAN USAHA SECARA TIDAK BENAR

31

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PEMERINTAH:

- ❑ TIDAK MELAPORKAN KEGIATAN USAHANYA KEPADA INSTANSI YANG BERWENANG
- ❑ MENYUAP PETUGAS PAJAK AGAR MEMPEROLEH KERINGANAN PEMBAYARAN PAJAK
- ❑ MENYAMPAIKAN INFORMASI USAHA SECARA TIDAK BENAR

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP MASYARAKAT:

- ❑ MEMBUANG LIMBAH SEMBARANGAN
- ❑ MENIMBULKAN POLUSI DAN SUARA BISING YANG MENGANGGU
- ❑ TIDAK PEDULI PADA LINGKUNGAN

32

CATATAN PENUTUP:

JIKA ANDA INGIN MAKMUR SATU TAHUN, TANAMLAH GANDUM. JIKA ANDA INGIN MAKMUR SEPULUH TAHUN, TANAMLAH POHON. JIKA ANDA INGIN MAKMUR SEPANJANG MASA, TANAMLAH KEBAI KAN. (CONFUCIUS)

HADITS RIWAYAT AT-TIRMIDZI NO. 1209

به : ه
قود
به : لنبي
يقه
به : هاور
هر

DARI 'ABDULLAH BIN 'UMAR *RADHIALLAHU 'ANHU* BAHWA RASULULLAH *SHALLALLAHU 'ALAIHI WA SALLAM* BERSABDA, "SEORANG PEDAGANG MUSLIM YANG JUJUR DAN AMANAH (TERPERCAYA) AKAN (DIKUMPULKAN) BERSAMA PARA NABI, ORANG-ORANG SHIDDIQ DAN ORANG-ORANG YANG MATI SYAHID PADA HARI KIAMAT (NANTI)."

